

株式会社サンマルクホールディングス

2026年3月期上期決算説明

2025年11月25日

証券コード: 3395



We Create the Prime Time For You

私たちはお客様にとって最高のひとときを創造します

私たちは食事を売るのではなく、「最高のひととき」を売る会社です
「美味しかった」ではなく、「楽しかった」と言われるお店を目指し
日々励んでおります

2026年3月期上期実績及び通期見通し

既存業態、M&A(牛カツ)業態いずれも既存店売上が好調に推移し、計画を上回って着地

2026年3月期計画を売上高880億円、のれん等償却前営業利益71億円に上方修正

2026年3月期上期実績

売上高

営業利益

のれん等償却前
営業利益¹

435億円

23億円

34億円

前期比 +32.3% 前期比 +29.4%

計画比 +9.0% 計画比 +24.4%

2026年3月期通期見通し

売上高

営業利益

のれん等償却前
営業利益¹

880億円

50億円

71億円

前期比 +24.1% 前期比 +37.2% 前期比 +71.5%

- 2026年3月期上期実績はカフェ・レストラン業態における好調な推移や前期に買収した牛カツ業態の買収の貢献により計画を上回って推移し、過去最高の売上・利益を記録
- パスタ業態における堅調な推移や、カフェ業態におけるプレミアムチョコクロに関する施策によりカフェ・レストラン業態は堅調な推移
- 6月後半からのインバウンド需要の急減に伴い、牛カツ業態を含むM&A業態において既存店売上が減速したものの、10月時点においては中国国慶節の影響もあり回復
- 牛カツ業態の買収に伴い、中期経営計画の目標数値を更新。最終年度の目標として、2029年3月期において売上高1,000億円のれん等償却前営業利益90億円(従来目標: 売上高800億円 営業利益65億円)を設定

1: のれん及び商標権の償却費を営業利益に加算



1

2026年3月期上期実績

p.5

2

2026年3月期通期見通し

p.13

3

中期経営計画について

p.20

4

Appendix

p.33



1

2026年3月期上期実績

p.5

2

2026年3月期通期見通し

p.13

3

中期経営計画について

p.20

4

Appendix

p.33

2026年3月期上期実績

- ✓ 既存業態、M&A(牛カツ)業態、いずれも既存店売上は好調に推移
- ✓ 原価率は牛カツ業態の原価率が既存業態に比して高く、対前年同期比で2.6%上昇するも、好調な既存店売上を背景に売上高販管費率は低下。牛カツ業態もののれん等償却後ベースで営業利益を確保

(百万円)	2025年 3月期上期	2026年 3月期上期	増減額	増減率	計画	計画差	計画比
売上高	32,947	43,585	10,638	+32.3%	40,000	3,585	+9.0%
売上原価	7,933	11,619	3,686	+46.5%	-	-	
原価率	24.1%	26.7%			-	-	
販売費及び 一般管理費	23,188	29,601	6,413	+27.7%	-	-	
販管費率	70.4%	67.9%			-	-	
のれん等償却前営業利益	1,826	3,456	1,630	+89.3%	-	-	
売上比	5.5%	7.9%					
営業利益	1,826	2,363	537	+29.4%	1,900	+463	+24.4%
営業利益率	5.5%	5.4%			4.8%	+0.6pt	
経常利益	1,980	2,250	270	+13.7%	1,800	+450	+25.0%
経常利益率	6.0%	5.2%			4.5%	+0.7pt	
親会社株主に帰属する 当期純利益	1,672	1,048	△624	△37.3%	800	+248	+31.1%
純利益率	5.1%	2.4%			2.0%	+0.4pt	

事業別・種類別決算概要

(単位：百万円)

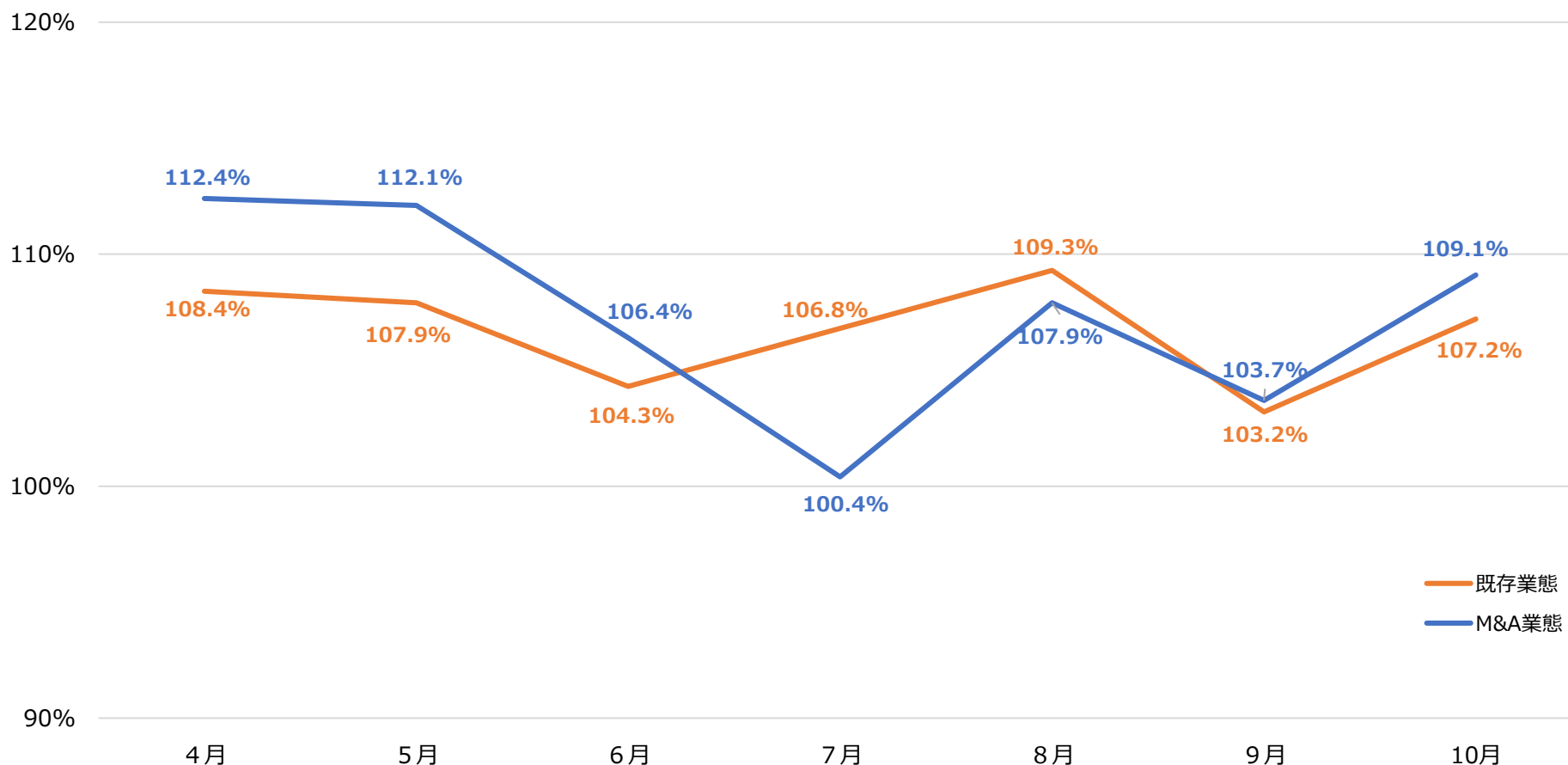
事業別

種類別

	2025年 3月期2Q	売上比 (%)	2026年 3月期2Q	売上比 (%)	増減	直営店 売上	ロイヤリティ 収入	FC関連等 売上
売上高	32,947	100.0	43,585	100.0	+10,638	42,658	140	786
レストラン	19,573	59.4	29,418	67.5	+9,845	28,747	115	555
うち、牛カツ業態	—	—	8,717	20.0	+8,717	8,417	81	218
喫茶	13,373	40.6	14,166	32.5	+793	13,911	25	230
セグメント損益	2,827	—	3,531	—	+704			
レストラン	1,605	—	1,950	—	+345			
うち、牛カツ業態	—	—	316	—	+316			
喫茶	1,221	—	1,581	—	+360			

既存店前年比売上高推移

対前期比の既存店売上はインバウンド需要の拡大が想定を上回ったことに加え、各業態の既存店の競争力向上に向けた取り組みが奏功したこと、付加価値を加えた商品開発による価格転嫁が進んだことで、すべての月で100%を超える水準で推移



バランス・シートの状況

現預金135億円、自己資本比率44.2%と健全な状況

資産の部				負債・純資産の部				(単位：百万円)
	2025年9月末	前期末増減	主要因		2025年9月末	前期末増減	主要因	
流動資産	19,790	△1,306		流動負債	11,793	△4,556		
現預金	13,508	△739		買掛金	2,936	△287		
売掛金	5,401	△580		短期借入金 (1年内返済予定 長期借入金含む)	3,100	△3,649	返済並びに長期への 借り換え	
固定資産	48,700	△1,663		未払金	2,907	△765		
有形 固定資産	17,403	△309		固定負債	26,435	+2,179		
無形 固定資産	20,348	△1,048	のれん・商標権 償却	長期借入金	18,503	+2,253	短期からの借り換え	
投資その他の 資産	10,948	△305		資産除去債務	5,631	+25		
資産合計	68,491	△2,970		負債合計	38,229	△2,376		
				純資産	30,262	△593	自己株式の 取得	
				負債純資産 合計	68,491	△2,970		

キャッシュ・フローの状況

配当金の支払に加え、2025年2月に発表した自己株式の取得を実施

(単位：百万円)	2025年3月期上期	2026年3月期上期	増減	主な要因
現金及び現金同等物の期首残高	16,663	14,247	△2,415	
営業活動によるキャッシュ・フロー	2,709	4,153	+1,444	
投資活動によるキャッシュ・フロー	△1,225	△1,781	△556	有形固定資産の取得による支出
フリーキャッシュ・フロー (営業活動+投資活動キャッシュ・フロー)	1,484	2,372	+888	
財務活動によるキャッシュ・フロー	△510	△3,147	△2,636	- 自己株式の取得による支出 - 配当金支払 - 借入金返済
現金及び現金同等物の期末残高	17,636	13,508	△4,127	当中間期末残高には、当期より新規連結した(株)La Madragueの現金及び現金同等物期首残高36百万円を含む

出退店の状況

2026年3月期の新規出店は30～35店舗、退店は25～30店舗の期初想定から変更なし

業態	2025年3月期 期末店舗数	出店数	退店数	2026年3月期 第2四半期（中間期） 末店舗数
サンマルク	38	0	2	36
サンマルクカフェ	285	1	3	283
函館市場	9	0	0	9
バケット	69	4	0	73
鎌倉パスタ	207	2	2	207
サンマルクグリル	59	0	4	55
倉式珈琲	49	0	0	49
La Madrague	5	1	0	6
京都勝牛	117	7	3	121
牛かつもと村	30	1	0	31
実験業態	7	0	0	7
グループ合計	875	16	14	877

※実験業態には、「天ぷら天清」、「THE SEASON」、「韓と米」、「FAMITERIA.8」
「RISTRETTO&CROISSANT LABORATORIO」、「Petrichor Bakery and Cafe」を含む。

※直営817店舗、FC 60店舗

設備投資・減価償却費：実績と計画

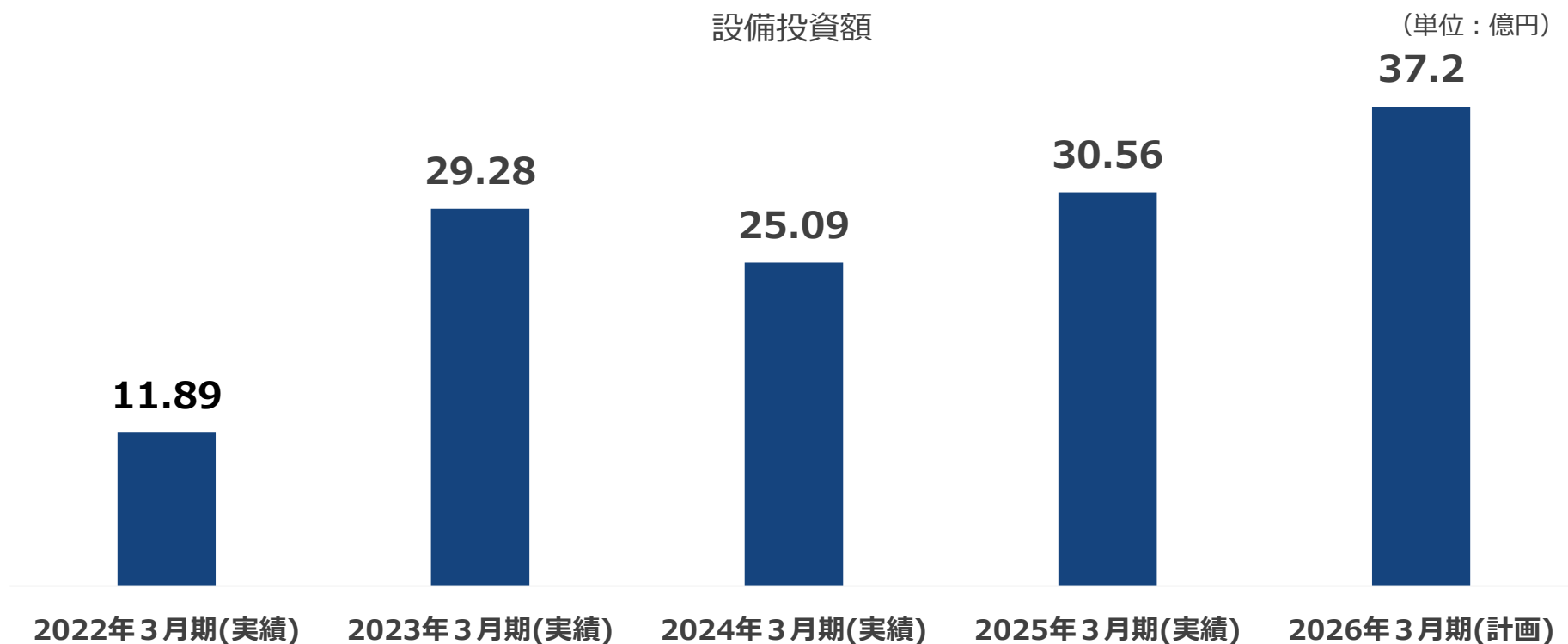
2026年3月期上期(実績)

設備投資：1,206百万円 減価償却費：1,282百万円

出店12店舗、既存店改装31店舗、その他厨房機器更新等

2026年3月期通期(計画)

設備投資：3,720百万円 減価償却費：2,492百万円 出店想定：30～35店舗





1

2025年3月期通期実績

p.5

2

2026年3月期見通し

p.13

3

中期経営計画について

p.20

4

Appendix

p.33

2026年3月期見通し

インバウンド需要の拡大が想定を上回ったことに加え、各業態の既存店の競争力回復に向けた取り組みが奏功したこと、値ごろ感のある商品開発による価格転嫁等を通じて上半期業績は計画を上振れて着地

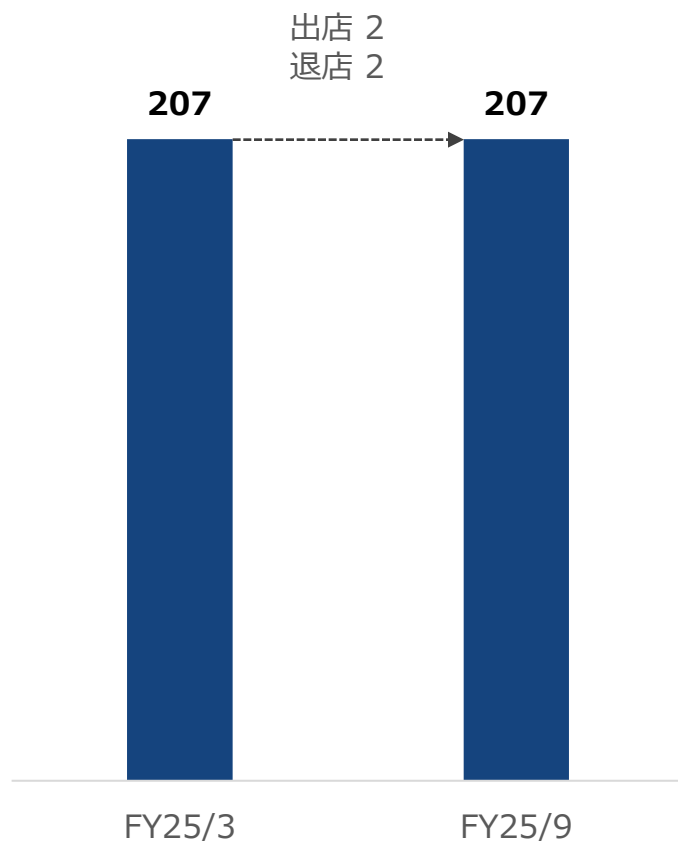
また、下半期においても上半期の状況が継続するという前提のもと業績予想を上方修正

(百万円)	2025年3月期			2026年3月期計画		
	上半期実績	下半期実績	通期実績	上半期実績	下半期計画	通期計画
売上高	32,947	37,948	70,895	43,585	44,415	88,000
前年比	+4.6%	+14.8%	+9.8%	+32.3%	+17.0%	+24.1%
のれん等償却前営業利益	1,826	2,362	4,189	3,456	3,729	7,185
前年比	+92.5%	+41.2%	+59.8%	+89.3%	+57.9%	+71.5%
利益率	5.5%	6.2%	5.9%	7.9%	8.4%	8.2%
営業利益	1,826	1,818	3,644	2,363	2,637	5,000
前年比	+92.5%	+8.7%	+39.1%	+29.4%	+45.0%	+37.2%
営業利益率	5.5%	4.8%	5.1%	5.4%	5.9%	5.7%
経常利益	1,980	1,859	3,839	2,250	2,550	4,800
前年比	+85.3%	+10.3%	+39.4%	+13.6%	+37.2%	+25.0%
経常利益率	6.0%	4.9%	5.4%	5.2%	5.7%	5.5%
親会社株主に帰属する 当期純利益	1,672	868	2,540	1,048	1,252	2,300
前年比	+222.5%	+92.4%	+162.0%	△37.3%	+44.2%	△9.5%
純利益率	5.1%	2.3%	3.6%	2.4%	2.8%	2.6%

鎌倉パスタ業態における派生業態の強化

上期においては店舗数は横ばいも既存店において堅調な推移
下期に向けて出店を増加させていく見込

店舗数



上期における施策



©2025 映画キミとアイドルプリキュア♪製作委員会

プリキュアシリーズ最新作
『映画キミとアイドルプリキュア♪
お待たせ！ キミに届けるキラッキライブ！』
とコラボレーション
施策を通じた新規顧客の獲得や囲い込み、
既存顧客へのアプローチを展開
コラボ対象店舗の売上高は120%増を記録



既存店の改装を実施

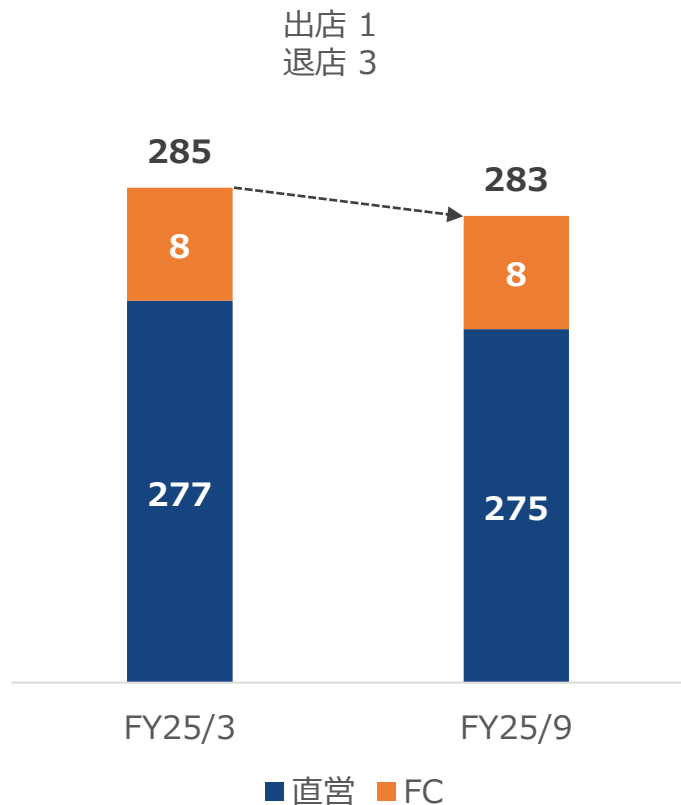


おだしもん(横浜ポルタ店)にて
テイクアウトの実施

サンマルクカフェ関連

プレミアムチョコクロ等高付加価値商品の開発・提供を通じた価格転嫁が引き続き好調
また、不採算店舗の整理等が完了し、下期以降出店の加速を計画

店舗数



プレミアムチョコクロの入れ替え期間を見直し

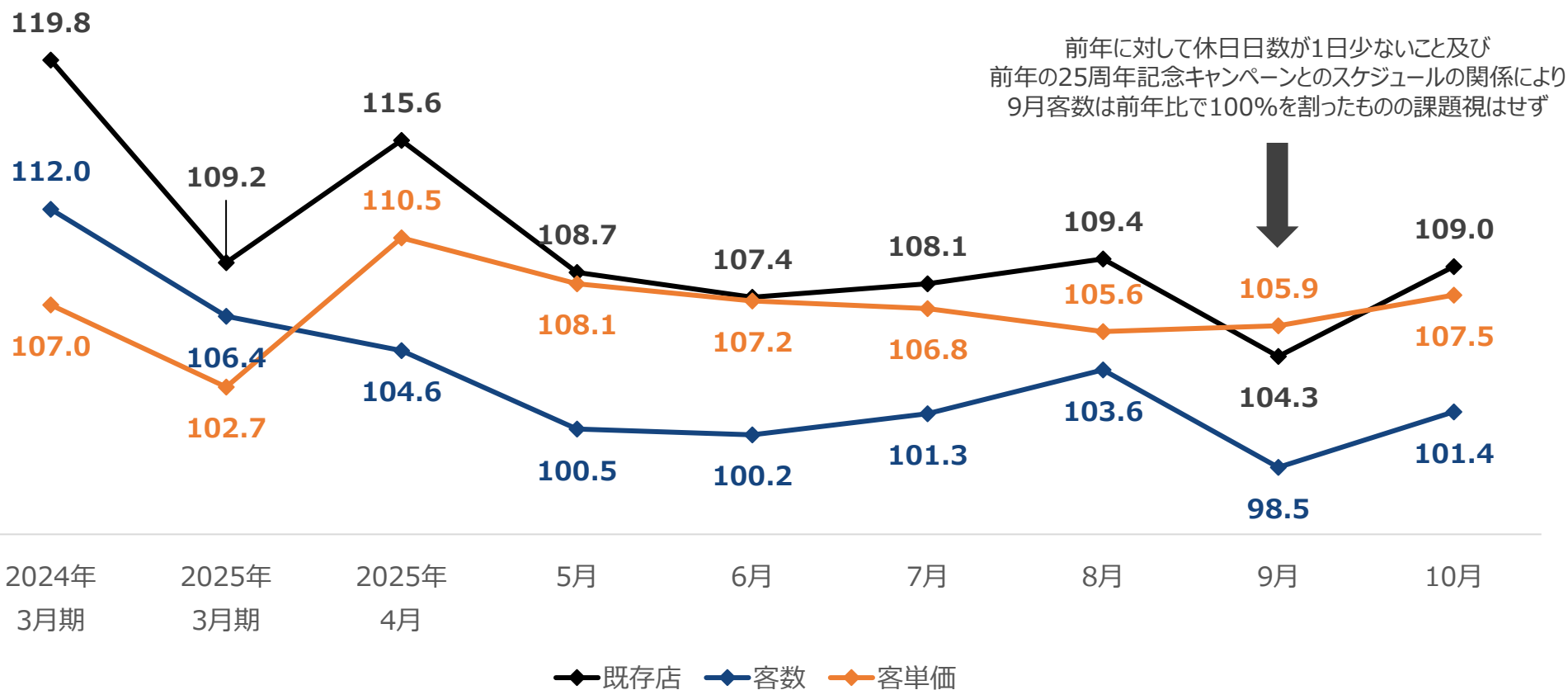


プレミアムチョコクロを通じた高付加価値商品の提供を継続
また、7月25日の北海道フェアよりプレミアムチョコクロの入れ替え期間を長期化
期間限定商品が好評でも従来は増産による対応が出来なかったが、
フェアの期間を長期化することによって需要を取り切ることが可能になる見込み
7月25日から開始した北海道フェアは9月18日までの56日間実施

サンマルクカフェ関連

プレミアムチョコクロ等の施策により客数・客単価ともに継続して前年比プラスを維持
計画対比でも好調な推移であり、10月においても同様の推移

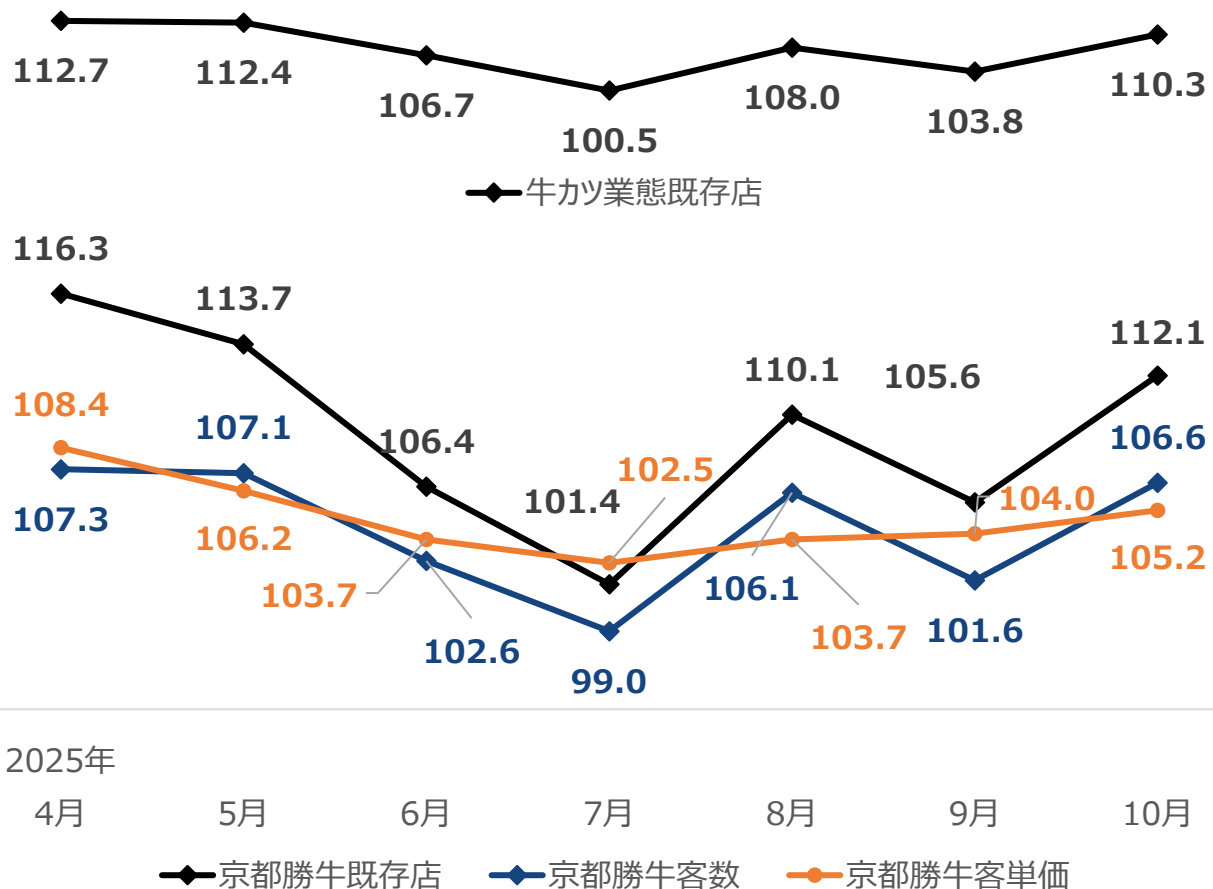
2026年3月期月次



牛カツ関連

牛カツ業態において、6月後半から7月にかけてインバウンド需要の急減の影響
以降は安定して推移しており、10月月次においては中国国慶節の影響もあり既存店は大幅に改善

2026年3月期月次



京都勝牛 大阪万博店の結果について



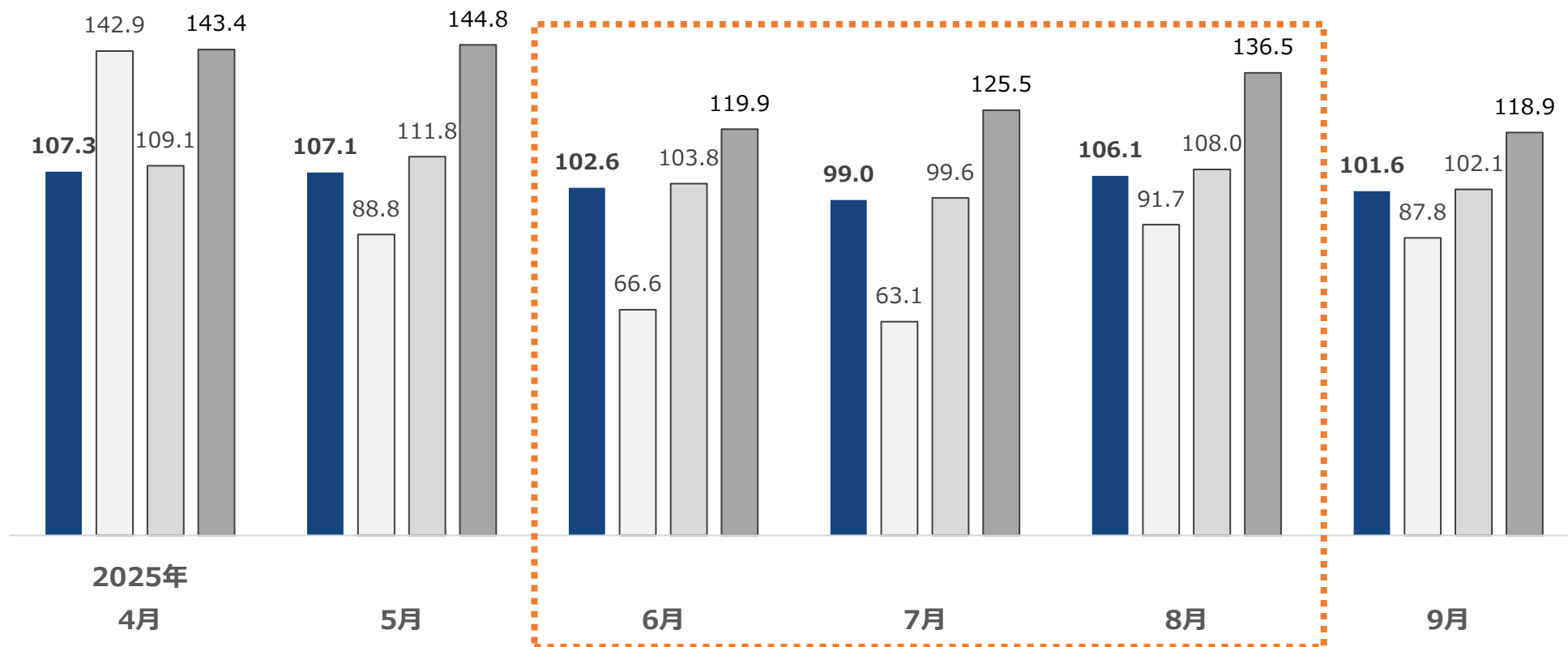
累計客数 : 123,729人
 累計組数 : 63,981組
 累計売上 : 392,333,661円
 平均客単価 : 3,171円

万博を契機とする、
 海外からの牛カツFCに対する
 問い合わせ件数が約15件と
 マーケティングに大きく貢献

牛カツ関連 – 国別の状況に関する分析

牛カツ業態における国別の傾向について、現状の分析としては中国以上に韓国・香港の動向が影響を与えている認識

京都勝牛客数前年比及び国別訪日外客数の前年比



(前年を100とする)

■ 京都勝牛客数 □ 香港 □ 韓国 ■ 中国

(出典：日本政府観光局訪日外客統計)



1

2025年3月期上期実績

p.5

2

2026年3月期通期見通し

p.13

3

中期経営計画について

p.20

4

Appendix

p.33

中期経営計画の進捗振り返り

24年5月に発表した中期経営計画について、進捗は良好

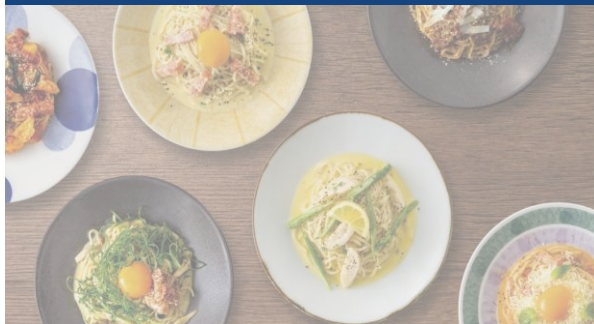
26/3期 中間目標までの重点施策

領域	方針	評価	実績
レストラン業態 (鎌倉パスタ)	「鎌倉パスタ」業態の継続出店 及び派生業態の出店による パスタ業態のポテンシャルの最大化	○	客数・客単価ともに前年比プラス維持を 継続しながら出店を継続
カフェ業態 (サンマルクカフェ)	「サンマルクカフェ」業態を中心とし た運営効率の改善	○	不採算店の整理を続ける一方、オペ レーションの効率化や、プレミアムチョコク ロなど商品の高付加価値化による価格 戦略が想定以上に推移 店舗の運営効率は十分に改善
M&A業態 (牛カツ)	既存の有望業態の強化や、 M&Aによる新ブランドの獲得など、 27/3期以降の成長の軸となる 第3のブランド確立に向けた投資	◎	早々に牛カツ業態2社のM&Aを実施 インバウンド向け需要の獲得や海外展 開を期待出来る和の業態であり、 将来の成長ドライバーとして期待

中期経営計画の概要 -施策-

これまでの進捗を踏まえ、2026年3月期下期以降の戦略を見直し

レストラン業態 (鎌倉パスタ)



カフェ業態 (サンマルクカフェ)



牛カツ業態 (旧M&A)



従来方針

継続出店及び
派生業態の展開



新方針

従来方針を継続

運営効率の改善



出店再開・店舗純増
による成長

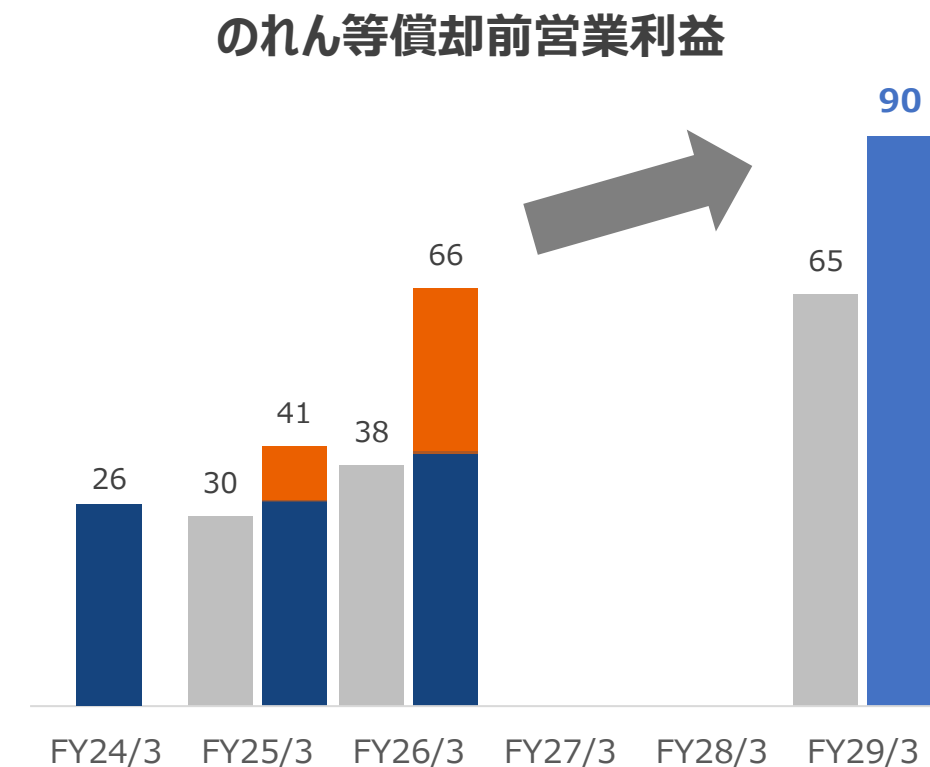
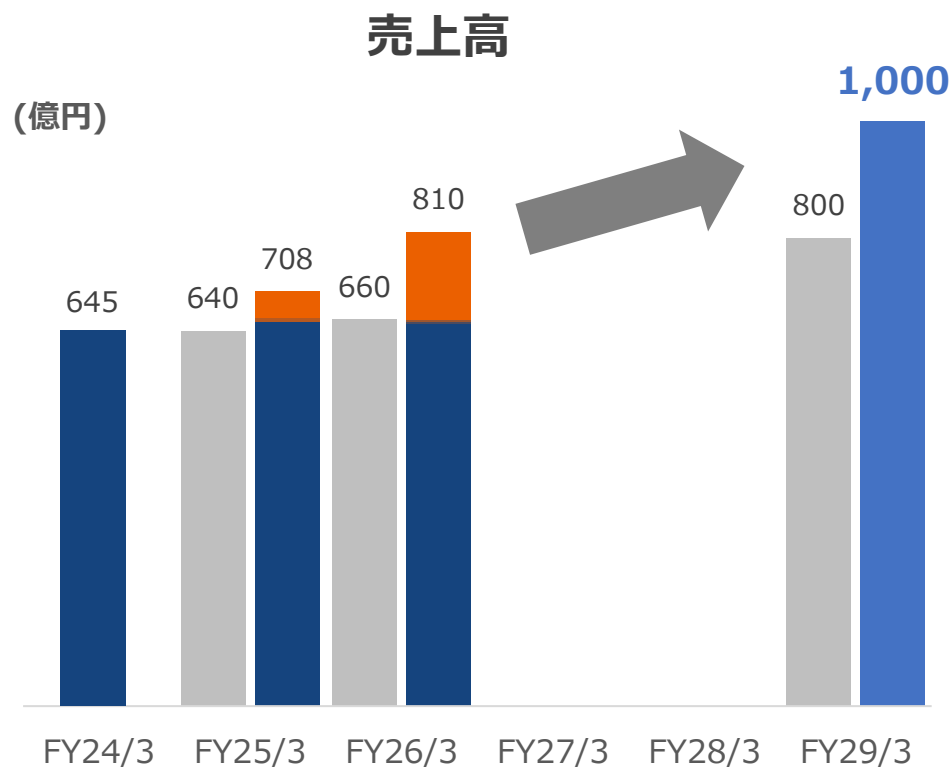
既存の有望業態の強化
M&Aによる新ブランドの獲得



国内外における
牛カツ業態の成長加速
(M & Aの検討は継続)

中期経営計画目標値の修正

牛カツ業態のM&A及び既存事業の進捗を踏まえて中期経営計画の目標を上方修正
また、M&Aに伴い利益目標を営業利益からのれん等償却前営業利益に変更

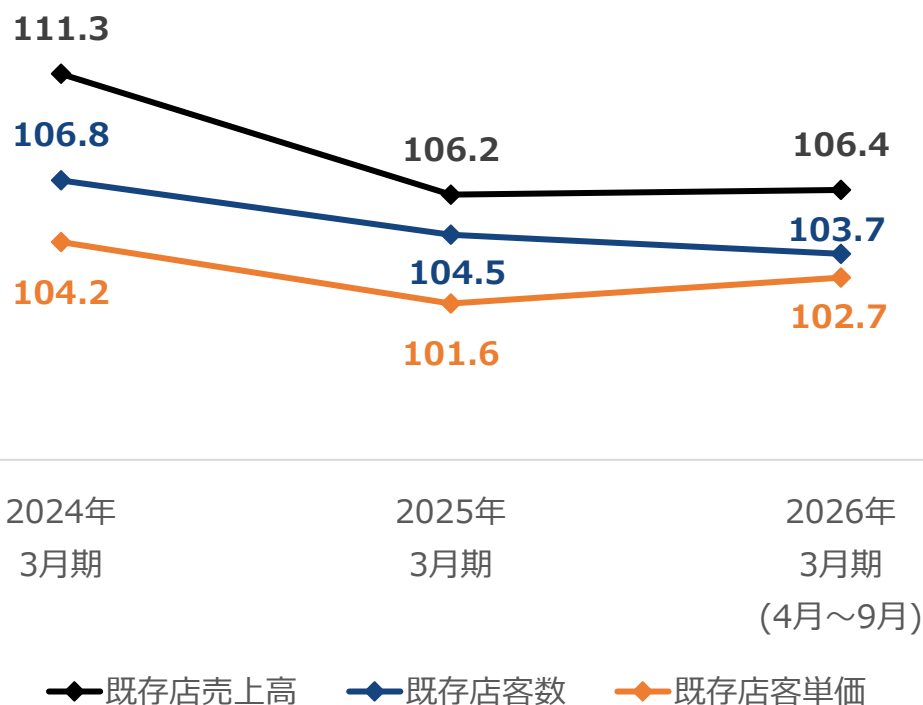


■ 従来計画 ■ 実績 (既存事業) ■ 実績 (M&A) ■ 新計画

■ 従来計画 ■ 実績 (既存事業) ■ 実績 (M&A及びのれん等償却) ■ 新計画

鎌倉パスタ業態における成長の継続

鎌倉パスタ業態は既存店客数、既存店客単価ともに前年比でプラスを維持と健全な成長
引き続き各種PR施策や出店を通じた成長を継続



業態



状況及び見通し

- 主力業態として引き続き安定した出店を実施
- 創業から20年経過したこともあり、リ・ブランディングを通じた本質的な価値向上・他社との差別化を目指す



- 鎌倉パスタ業態よりも健康志向に充てた業態で、女性顧客が鎌倉パスタよりも多い
- 鎌倉パスタと比較し10～15%程度高い客単価を実現
- アイドルタイムの喫茶に加え、近年、活発化してきた「モーニング需要」にも対応した業態開発と出店を行う

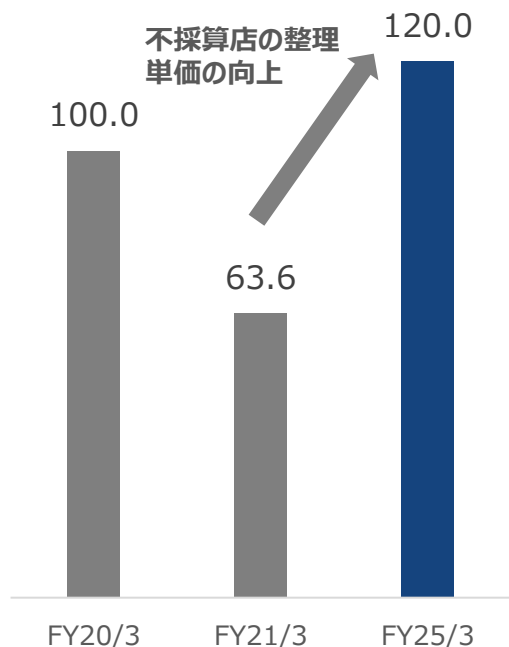
てっぱんのスパゲッティ
TEPPAN SPAGHETTI

- 鎌倉パスタ業態ではカバーしていない小規模店舗 (25坪程度) での出店が可能
- 小坪オフィス立地に加え、フードコートへの出店対応を実施し、既に数店舗の出店を実施

サンマルクカフェにおける出店継続

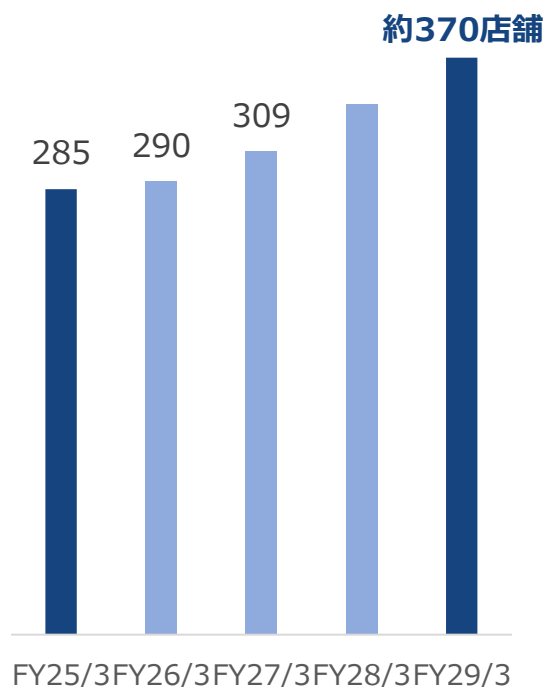
不採算店の整理及び店舗の生産性改善が一定進んだことを背景に、2026年3月期より出店を再開
2029年3月期段階で370店舗を目指す

1店舗当たり平均月商
(FY20/3を100とする)



1店舗あたりの売上高は
コロナ前と比べても大きく改善

店舗数の見通し



当期より店舗の再拡大フェーズへ



サンマルクカフェ本町信濃橋店 (大阪)

6年8か月ぶりに直営店の路面店を出店

牛カツ業態と連携することで
効率的な店舗開発に繋げる

国内事業方針

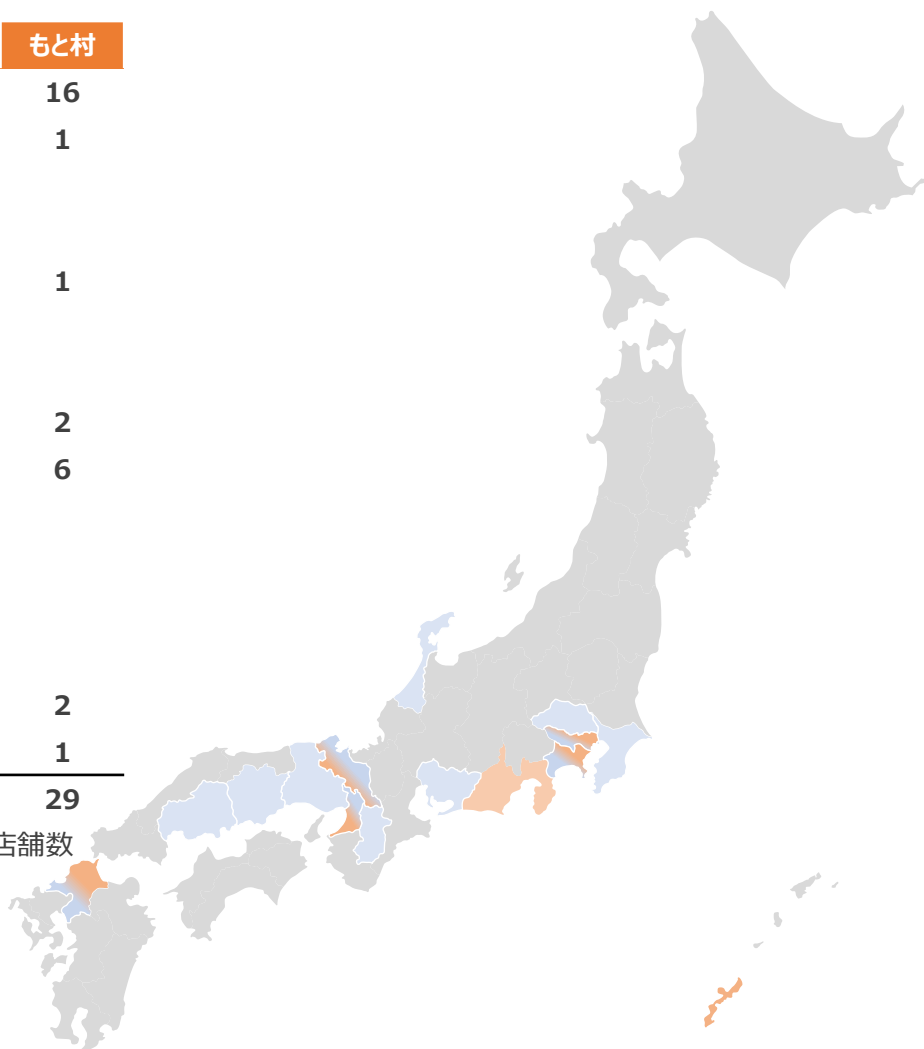
国内市場においては概算で150~200店舗程度の出店が可能な想定
2社のグループイン後は継続的な出店を通じて売上及び市場シェアの拡大を目指す

	京都勝牛	もと村
東京都	15	16
神奈川県	5	1
埼玉県	1	
千葉県	5	
静岡県		1
愛知県	6	
石川県	1	
京都府	10	2
大阪府	10	6
奈良県	3	
兵庫県	2	
広島県	1	
岡山県	1	
福岡県	3	2
沖縄県		1
合計	63	29

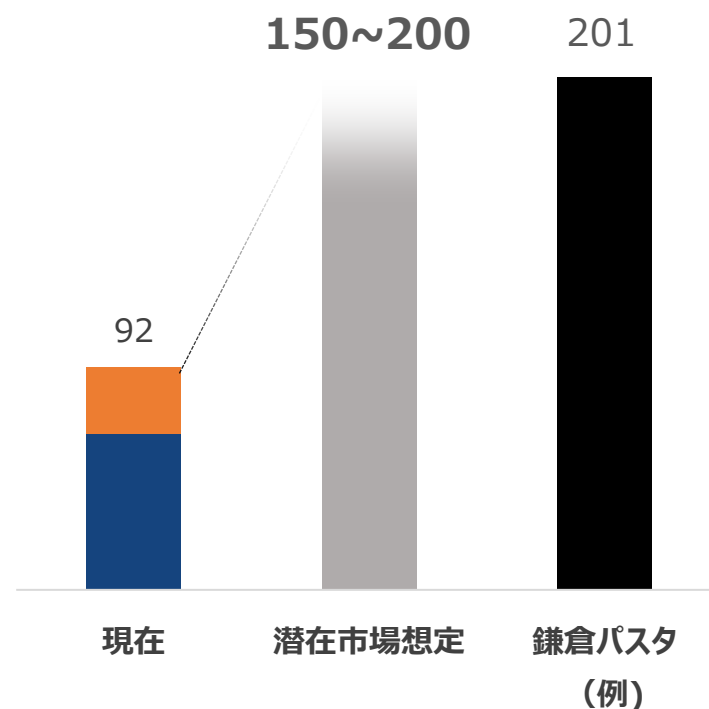
※2025年9月時点各地域店舗数

勝牛出店エリア

もと村出店エリア



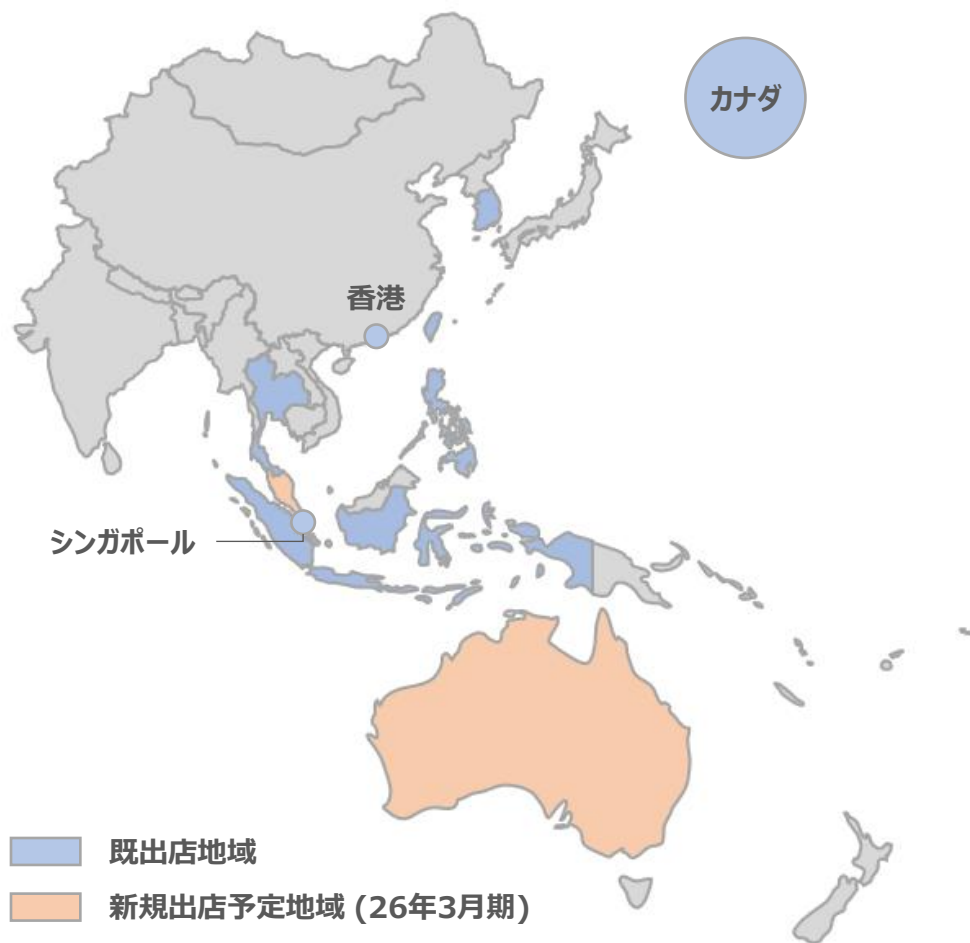
牛カツ業態の潜在市場想定



	牛カツ業態	パスタ業態
客単価	約2,300円	約1,500円

海外事業方針

京都勝牛のフランチャイズを中心に牛カツ業態の海外展開を継続
2026年3月期においては既出店地域に加えて新たに2か国への出店を計画

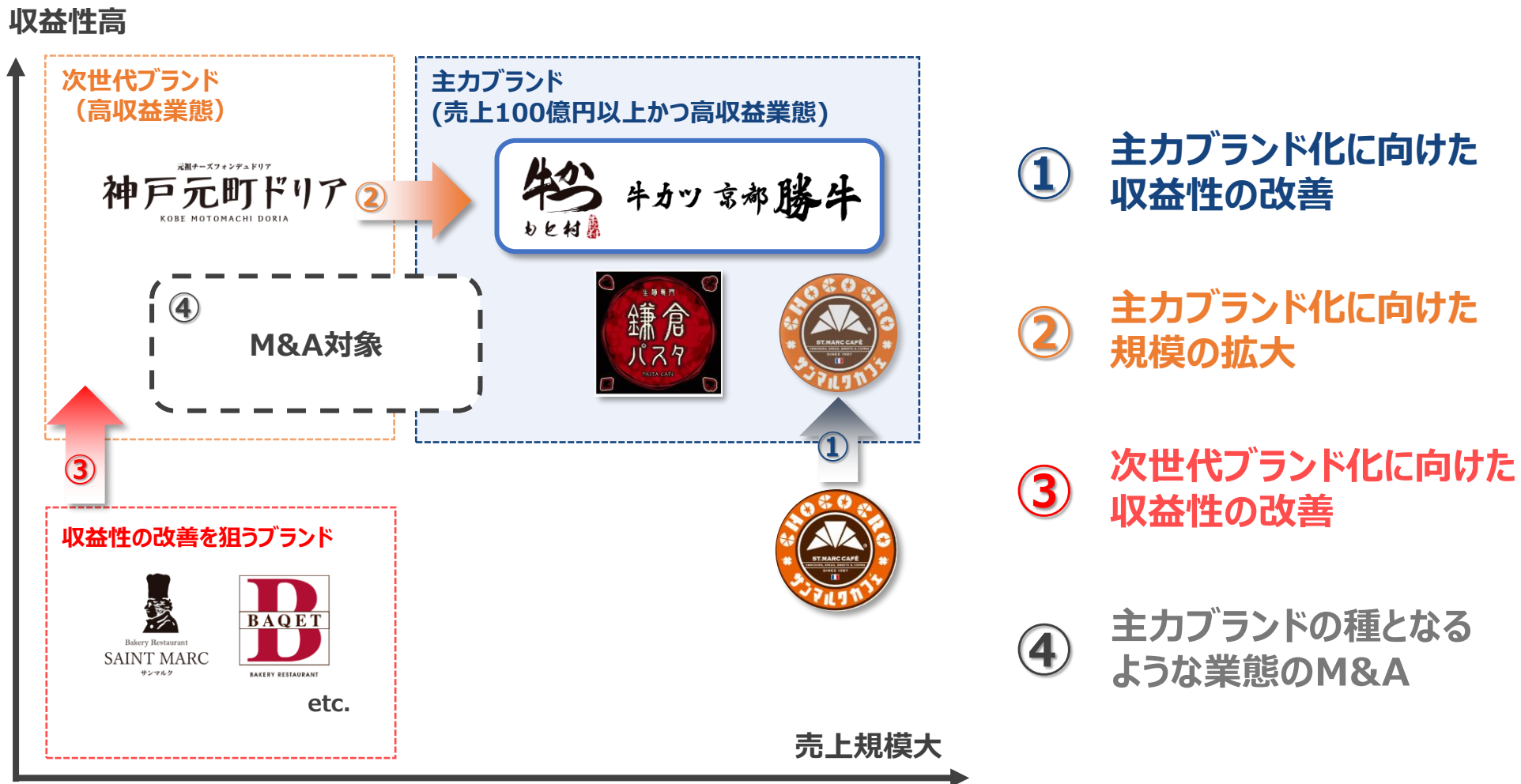


シンガポール One Holland Village店（8/22オープン）

海外店舗一覧	京都勝牛	もと村
韓国	1店舗	—
台湾	9店舗	2店舗
香港	1店舗	—
タイ	3店舗	—
インドネシア	6店舗	—
フィリピン	2店舗	—
カナダ	1店舗	—
シンガポール	2店舗	—
オーストラリア※	1店舗	—

M&Aに関する方針

牛カツ業態のグループインにより主カブランドが1業態追加
引き続きM&Aによる業態拡大も狙う



29/3期に向けたキャピタルアロケーションの見直しについて

牛カツ業態のM&Aを通してキャピタルアロケーションを見直し
追加のM&A案件があった場合は借入による実施を想定

キャピタルアロケーション (25/3期～29/3期)

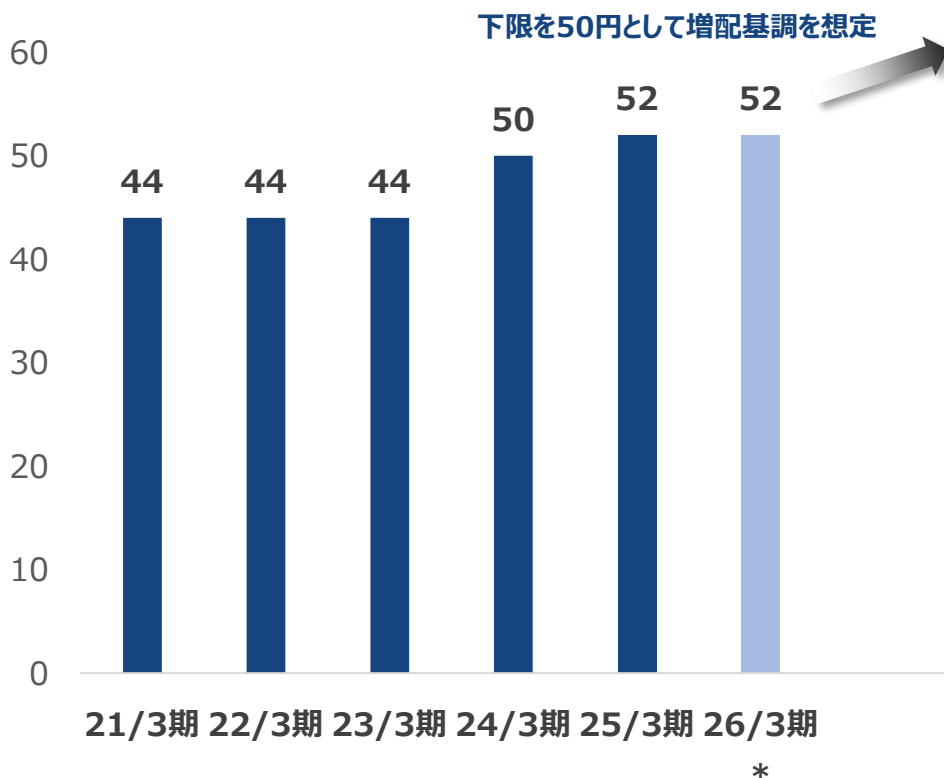
(億円)



株主還元及び株主優待

株主還元及び株主優待は方針を継続予定

株主還元



株主優待



当社グループ直営店及びFC店における
割引が利用可能な株主様ご優待カードは
継続を想定

優待についてはこちらをご参照ください

<https://www.saint-marc-hd.com/hd/ir/investor/>

*26/3期については予想値

株主及び投資家との対話の実施状況（2025年3月期）

株主及び投資家の皆様への適切な情報開示と建設的な対話を通して、経営状況に対する適切な理解の形成とともに、対話内容を経営にフィードバックすることによる企業価値向上の実現を目指す

面談の状況

IR面談実績：40件（前期19件）

主な対応者

SR・IR面談

代表取締役社長、取締役、
IR担当者

決算説明会
・動画

代表取締役社長

個人投資家向け
IR説明動画

代表取締役社長

1. 対話の主なテーマや株主の関心事項

- ◆ 出店戦略
- ◆ 値上げ対応
- ◆ コロナからの回復
- ◆ ブランドポートフォリオ
- ◆ ブランド別戦略
- ◆ M&A方針
- ◆ 株主優待
- ◆ 必要現預金
- ◆ 株主還元方針

2. 取締役会に対するフィードバックの実施状況

- ◆ 対話内容を取締役会において経営陣へ半期毎にフィードバック
- ◆ 特に重要事項は担当取締役より取締役会へ適宜報告

3. 対話を踏まえて取り入れた事項の例

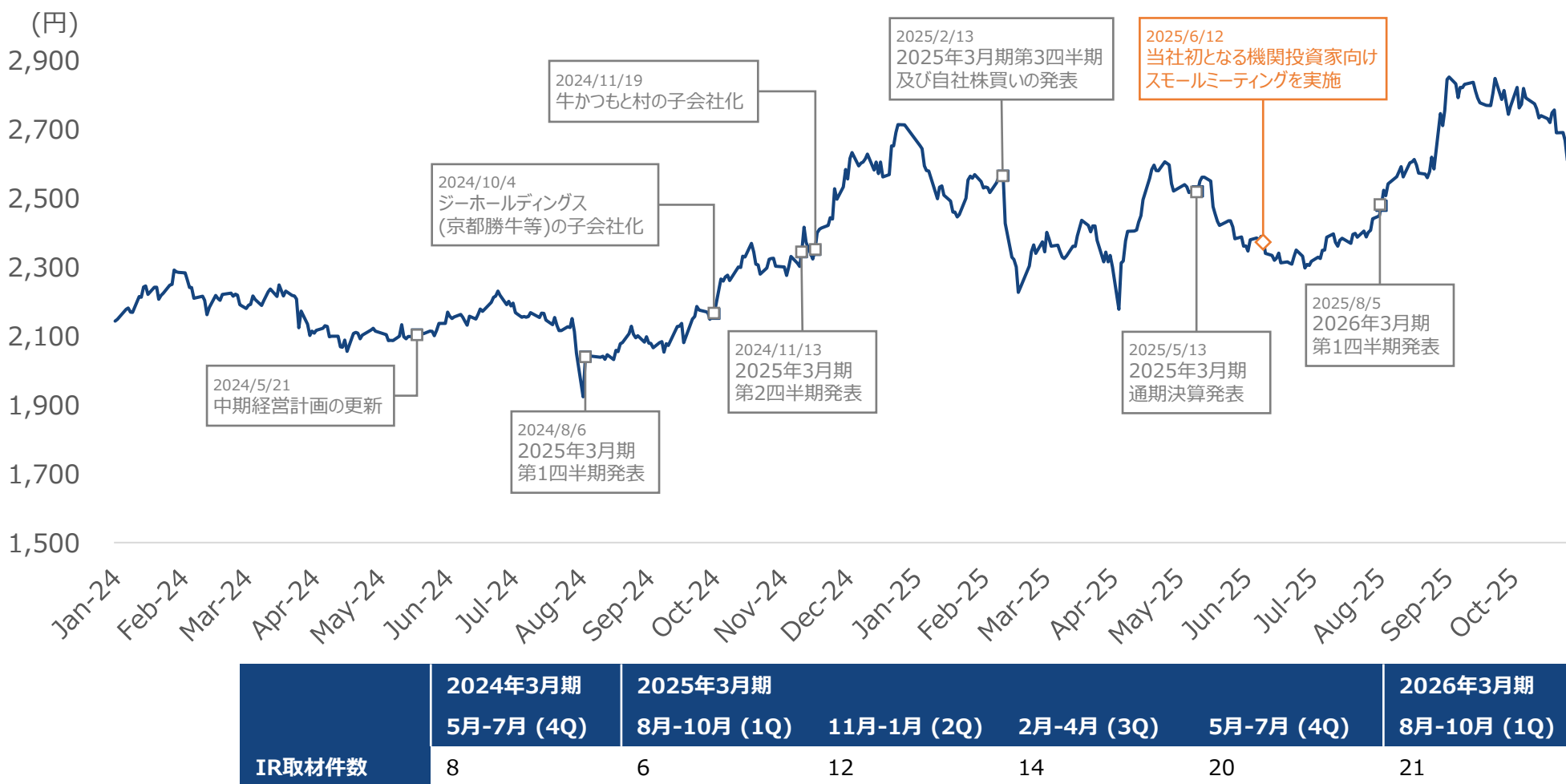
- ◆ 本中期経営計画を策定
- ◆ 株式会社フィスコによる当社の企業調査レポート発行



株主及び投資家との対話の実施状況（2026年3月期）

2024年10月のM&Aの発表から投資家からの問い合わせと取材の機会を頂いている状況

引き続き投資家の皆様との対話を通じて企業価値の向上に取り組む方針





1

2025年3月期通期実績

p.5

2

2026年3月期通期見通し

p.13

3

中期経営計画について

p.20

4

Appendix

p.33

事業概要

1989年にベーカリーレストラン「サンマルク」でスタート

以来飲食業の領域で展開を続け、現在は多様な飲食ブランドを直営中心に運営

2025年3月期業績

全社売上：708億円

全社営利※：36億円

レストラン事業

売上※：441億円 (62%)

利益※：38億円 (63%)

レストラン事業

「鎌倉パスタ」を中心に
20ブランド以上の
飲食ブランドを
直営店中心に運営

ショッピングセンターや
ロードサイドにて展開

喫茶事業

「サンマルクカフェ」を中心に
カフェ業態を直営で運営

駅ビル内や駅前、商店街、
オフィスビル内、ショッピング
センターなどにて展開

運営ブランド (一部、店舗数は2025年3月末)



鎌倉パスタ

207店舗



サンマルク

38店舗



牛かつもと村

30店舗 (海外2店舗)

牛カツ 京都勝牛

京都勝牛

82店舗 (海外20店舗)



サンマルクカフェ

285店舗



倉式珈琲店

49店舗

※ 全社費用・調整額は24億円であり、各事業のセグメント利益の割合は全社費用・調整額調整前セグメント利益に対する割合を示す

当社の基本戦略

高品質なサービスや仕組化、店内調理の体制を元に既存の成熟した市場を切り開き成長

① 店内調理へのこだわり

『出来立て』『焼き立て』の
おいしさを届ける



② 仕組化・効率化

店内調理を前提としながらも
スケールメリット等を活かし
様々な仕組化を行い効率化

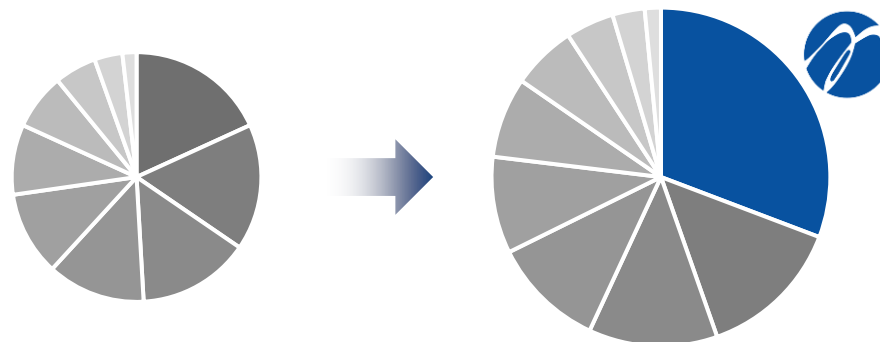


③ 高品質なサービス

効率化により生まれた時間で
より高品質な接客・サービスに
注力する



◆ 既存の成熟市場で高付加価値市場を開拓



成熟した市場においても高付加価値を求めるお客様を開拓
「高品質な飲食サービス」を系統的に提供し、新市場を創る

◆ ブランド・ポートフォリオの構築

業態を問わず、系統的な展開
が可能な市場に展開
ブランド・ポートフォリオを構築し
業態を多く抱えることで出店力を
強化



ブランド紹介

それぞれの業態で独自の強みを持って展開

ベーカリーレストラン サンマルク



Bakery Restaurant
SAINT MARC
サンマルク

創業の業態であり、
ファミリーレストラン等に対し
“焼き立てパン食べ放題”などの
付加価値をつけて展開

鎌倉パスタ



パスタ業態のチェーン展開における
リーディングブランド

大手チェーンの中で随一
“生パスタ”専門で展開

京都勝牛及び 牛かつもと村

牛カツ 京都 **勝牛**



2024年にM&Aにより取得

牛カツ市場をリードする
2ブランドを運営

日本の食文化として
国内だけではなく
海外に向けても展開

サンマルクカフェ



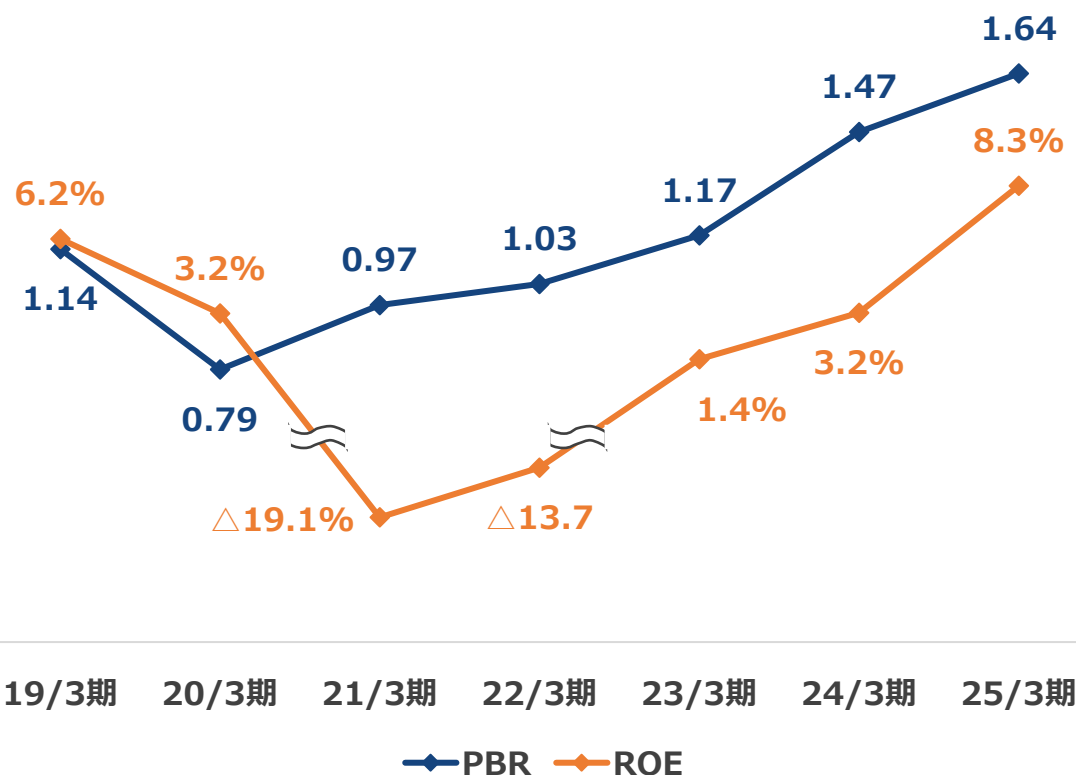
レストラン業態で深めた品質を
中心に据えた『ベーカリーカフェ』

多くあるコーヒーチェーンの中で
メジャーなセルフカフェと異なる
ポジションを意識した展開

当社の資本コストに関する認識とPBR及びROE

現在の当社のPBR及びROEと資本コストの前提は以下の通り

当社PBR及びROE推移



当社の想定する各資本コストの前提

株主資本コスト	6.0%程度	リスクフリーレート	1.3%
		ベータ	0.9程度
		市場リスクプレミアム	6%程度

計算式としてCAPMに基づく式を使用

WACC	4.0%程度	株主資本コスト	6.0%
		税引前負債コスト	1.0%

WACCは株主資本コスト及び税引後負債コストについて株式時価総額と有利子負債に基づき加重平均を取る形で計算



We Create the Prime Time For You

私たちはお客様にとって最高のひとときを創造します

本資料の取り扱いについて

本資料には、将来の見通しに関する記述が含まれています。将来の見通しに関する記述は、本資料の日付時点の情報に基づいて作成されています。これらの記述は、将来の結果や業績を保証するものではありません。

将来予想に関する記述には様々なリスクや不確実性が含まれており、その結果、実際の業績や財務状況は、将来予想に関する記述によって明示的または黙示的に示された将来の業績や結果の予測とは大きく異なる可能性があります。

これらの記述に記載された結果と大きく異なる可能性のある要因には、国内及び国際的な経済状況の変化や、当社が事業を展開する業界の動向などが含まれますが、これらに限定されるものではありません。